РЕМОНТ В СТАЦИОНАРНОЙ ГАРАНТИЙНОЙ МАСТЕРСКОЙ

Михаил Рязанов, Тахир Юсупов

Гарантийная мастерская – место, где обстановка часто накаляется до предела. Именно здесь разыгрываются настоящие баталии с так называемыми потребителями–экстремистами. Как противостоять их напору – читайте в этой статье.

Наибольшие проблемы между клиентами и работниками сервисной службы возникают по поводу ремонта гарантийных аппаратов. Закон о защите прав потребителей (ЗПП) дает в своем развитии все более широкие права клиентам, делая работу гарантийных сервисных служб все более сложной.

Гарантийные мастерские можно подразделить на 3 вида:

• мастерские, имеющие договоры с торговыми организациями (заказчиками) на выполнение гарантийного ремонта продаваемой ими техники, но не имеющие по ряду причин договоров на авторизованное сервисное обслуживание с фирмами–производителями. Работу и запчасти в этом случае оплачивает фирма–продавец;

• мастерские, имеющие договоры на сервисное обслуживание с фирмами–производителями (договоры авторизации и субавторизации). Техника обслуживается по фирменным гарантийным талонам. Работу и запчасти оплачивает фирма–производитель;

• мастерские, имеющие договоры как по первому, так и по второму вариантам.

Естественно, в любой конфликтной ситуации сервисная служба в первую очередь отстаивает интересы того, кто платит деньги.

Многие клиенты приносят неисправную аппаратуру с твердым намерением обменять на другую или вернуть деньги, что для производителя нежелательно. Основная задача сервисной службы – не допустить этого.

При работе с гарантийной техникой имеются некоторые тонкости как в создании имиджа мастерской, так и в психологических аспектах работы с проблемными клиентами.

Театр начинается с вешалки, а мастерская начинается с приемки. Клиенты не должны представлять себе частную сервисную службу в виде неряшливого мужичка, меняющего в их аппаратах импортные компоненты на отечественные с помощью стоваттного паяльника. Не следует жалеть средств на оформление приемки, там должны быть рекламные плакаты, каталоги на аппаратуру, на стенах – сертификаты, более–менее солидная мебель, и, конечно, стулья для клиентов. Приемка обязательно должна быть отгорожена от ремонтного помещения, чтобы клиент не видел неисправную технику, а тем более – аналогичную модель, находящуюся в данный момент в ремонте.

Проблемных клиентов можно разделить на 3 категории:

• «Технари». Как правило, они имеют техническое образование, среднее или высшее. Среди них могут быть и ваши коллеги, электронщики. Обычно молча анализируют обстановку, глубоко вникают в суть дела, задают каверзные вопросы.

• «Гуманитарии». Обычно стараются похвалиться своим престижным образованием, хорошо владеют ораторским искусством. Среди них могут быть и юристы, хорошо знающие права потребителей.

• «Коммерсанты». Самая скандальная категория клиентов. Привыкли добиваться всего разговором на повышенных тонах и запугиванием. Любимая фраза: «Что вы меня учите, я сам коммерсант!» Многие из них являются «потребителями–экстремистами».

Потребительский экстремизм в моем понимании – это использование несовершенства наших законов с целью извлечения собственной выгоды. Типичный пример потребительского экстремизма – попытка бесплатно заменить аппарат, у которого кончается срок гарантии, на более современный.

В некоторых мастерских введен способ приема аппаратуры самими мастерами, а все вопросы правового характера ложатся на специально обученного менеджера. От него зависит половина успеха при работе с проблемными клиентами. Кроме глубоких технических знаний, он должен от корки до корки знать необходимые законы и ГОСТы, иметь хорошую речь и презентабельный внешний вид, обладать интуицией психолога и высоким интеллектом. Но самое главное – он должен иметь крепкие нервы и всегда быть готовым к неприятному разговору.

Итак, в Вашей мастерской клиент–экстремист. Повысив тон, он требует обменять аппарат на новый или вернуть деньги. Вам ни в коем случае не следует ввязываться в спор. При общении с ним придерживайтесь следующих правил:

• при вскрытии аппарата никогда не обращайте внимания клиента на явно выраженный дефект, возникший не по его вине;

• выражение «заводской дефект» никогда не должно звучать от работников мастерской, даже если это так. Следует объяснить, что все изделия проходят полный выходной контроль;

• сообщите клиенту, что производитель (продавец) гарантирует в первую очередь бесплатный гарантийный ремонт изделия, а не обмен;

• чтобы исполнялись права клиента, он должен исполнять свои обязанности. При заключении договора купли–продажи производитель (продавец) несет *гарантийные обязательства*, а покупатель *гарантийную ответственность*. Все они указаны в гарантийном талоне и в инструкции по эксплуатации. Потеря (часто умышленная) этих документов не освобождает клиента от ответственности. Сейчас все фирмы внесли в свои талоны типовой раздел: «с условиями ознакомлен, качество аппарата подтверждаю» с подписью клиента. Отличия в формулировках непринципиальны. Желательно иметь копии фирменных гарантийных талонов и выписки тех пунктов инструкции, несоблюдение которых могут повлечь неправильную эксплуатацию;

• среди клиентов бытует миф, что если техника фирменная (особенно, японская), то она никогда не лома–

ется. Его следует развеять, приведя примеры аварий даже не бытовой, а военной и космической техники, причиной которых явилась электроника;

• многие клиенты считают, что их обманули с производителем. Например: «фирма Sony находится в Японии, а на аппарате написано, что сделано в Малайзии, поэтому он сломался». Следует объяснить, что если бы аппарат был сделан в Японии, то стоил бы гораздо дороже при том же качестве;

• среди клиентов есть мнение, что если аппарат один раз сломался, то он будет ломаться постоянно. Следует попросить принести источник этой информации (официальный документ, книгу по теории надежности, теории вероятностей, кроме прессы, конечно). Если это так, то поменяем. Пока никто не принес;

• обязательно проверьте условия распространения гарантии на данную часть изделия, перечень можно найти в фирменном гарантийном талоне. Например, гарантия не распространяется на аксессуары: батарейки, шнуры, а у некоторых фирм даже на наушники.

Если вы склонили такого клиента к ремонту аппарата, следует установить кратчайший срок, пусть даже в ущерб очередным ремонтам. При отсутствии запчастей есть смысл взять их временно из аппаратов-доноров, фирма-продавец поймет Вашу ситуацию.

Старая редакция ЗПП устанавливала срок выполнения гарантийного ремонта до 20 дней (гл. II, ст. 19, п. 6 ЗПП). В новой редакции предписывает «произвести ремонт в разумные сроки». Что это за разумные сроки, кто их устанавливает, никто не знает.

Можете починить аппарат при клиенте, — сделайте это. Очень немногие отказываются от предложения подождать 20...30 минут и забрать свой аппарат. Как правило, уровень сложности ремонта невысок и аппарат задерживается в ремонте больше, чем на сутки, по трем причинам:

• нет необходимой детали (в основном, для редких аппаратов);

• дефект проявляется с течением времени, необходим прогон аппарата для диагностики или проверки качества ремонта;

• аппарат клиенту не нужен, или клиент просто не торопится его забрать.

Клиента-экстремиста надо обязательно занести в черный список в Вашем журнале или компьютере и, если он придет повторно, то уже быть начеку. Можно опечатать его аппарат специальной пломбой, очень удобны самоклейки, но их цена достаточно высока. Вообще же каждая мастерская может изобретать свой способ «клеймения». Главное, чтобы такая отметка сразу бросалась Вам в глаза.

В ЗПП есть много подводных камней и для клиентов, и надо уметь ими пользоваться. Вот некоторые из них:

• постарайтесь в приватной беседе выяснить, где изделие использовалось и является ли клиент потребителем. Напомним, что потребитель — гражданин, заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) *исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности*. Может оказаться, что видеотехника используется в видеосалоне, СВЧ-печь — в кафе, стиральная машина — в прачечной и т.д. Доказать это невозможно, но клиент может проговориться. Коммерческое использование аппарата — неоспоримое основание для отказа от его гарантийного обслуживания;

• при выявлении неисправности следует обратить внимание на стандартность условий эксплуатации изделия. Стандарт устанавливает, в соответствии с законом, обязательные требования как к качеству товаров (работ, услуг), так и условия эксплуатации, нарушение которых может привести к выходу изделия из строя. Может случиться, что покупатель уронил или сломал аппарат в результате неправильной эксплуатации. Согласно ЗПП (гл. I, ст. 14, п. 5), изготовитель (исполнитель, продавец) освобождается от ответственности, если докажет, что вред причинен вследствие нарушения потребителем установленных правил использования, хранения или транспортировки товара (работы, услуги). Например, превышение напряжения сети уровня 240 В — и, как следствие, выход из строя источника питания. Превышение влажности (хозяйка полила цветы, а за одно и телевизор) — и сгорела строчная развертка;

• в фирменном гарантийном талоне могут быть приведены правила, противоречащие ЗПП. Все фирменные гарантийные талоны согласовываются в Государственных органах РФ, о чем с фирмой-производителем составляется международный Договор. Если международным Договором Российской Федерации установлены иные правила защиты прав потребителей, чем те, которые предусмотрены настоящим Законом, *применяются правила международного Договора* (ЗПП, гл. 1, ст. 2).

Несколько слов об обмене «товара надлежащего качества». К сожалению, составители так и не написали в новой редакции ЗПП, что они подразумевают под этим термином, так что как мастера, так и клиенты могут об этом только догадываться. Вероятно, это товар, имеющий российский сертификат, т.е. его качество одобрено Госстандартом РФ. При требовании обмена товара надлежащего качества клиента следует ознакомить с «Перечнем товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации», утвержденного Постановлением Правительства РФ № 55 от 19 января 1998 г. (п.11). Туда входят технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки: электробытовые машины и приборы, бытовая РЭА; бытовая вычислительная и множительная техника; фото- и киноаппаратура; телефонные аппараты и факсимильная аппаратура; электромузыкальные инструменты; игрушки электронные.

Если клиент юридически грамотен, то он справедливо заметит, что действие данного пункта распространяется на перечисленные товары только в плане отмены так называемого «правила 14-дневного обмена», а его распространение на остальные случаи явно притянуто за уши. Кроме того, данный список оформлен приложением к закону, что тоже имеет некоторые отрицательные стороны.

Читаем в ЗПП (гл. II, ст. 25, п. 1): «Обмен непродовольственного товара надлежащего качества производится, если указанный товар *не был в употреблении*, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки, а также товарный чек или кассовый чек, выданные потребителю вместе с проданным указанным товаром».

Клиент может не согласиться с этими доводами, ссылаясь на тот же самый ЗПП (гл. II, ст. 21, п. 1): «В случае обнаружения потребителем недостатков товара и предъявления требования о замене такого товара продавец (изготовитель) или организация, выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним обязаны заменить такой товар в семидневный срок со дня предъявления указанного требования потребителем, а при необходимости дополнительной проверки качества такого товара продавцом (изготовителем) или организацией, выполняющей функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним, в течение двадцати дней со дня предъявления указанного требования». Как Вы понимаете, речь идет о независимой экспертизе товара. Поговорим об этом.

Если Вы абсолютно уверены, что неисправность гарантийной техники возникла по вине клиента, а клиент с этим не согласен, следует информировать продавца о виновности владельца в поломке и отдать аппарат продавцу для передачи в независимую судебную экспертизу с согласия владельца на нее.

О порядке оплаты экспертизы сказано в ЗПП (гл. II, ст. 18, п. 5): «При возникновении спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация обязаны провести экспертизу товара за свой счет. Если в результате экспертизы товара установлено, что его недостатки возникли вследствие обстоятельств, за которые не отвечает продавец (изготовитель), потребитель обязан возместить продавцу (изготовителю) или выполняющей функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организации расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на хранение и транспортировку товара».

Потребитель вправе оспорить заключение экспертизы в судебном порядке. Если он намерен сделать это, рекомендуем Вам следующий порядок действий:

• первым делом, составьте Акт, где должно быть отмечено, что, ввиду нарушения потребителем условий гарантийных обязательств, последние не вступают в силу. Акт должен содержать подробное описание всех действий технического персонала мастерской, произведенных над аппаратом, перечень контрольно-измерительных приборов, использованных при диагностике неисправности аппарата и заключение по характеру дефекта. Чем подробнее будет написан Акт, тем меньше вопросов и сомнений будет у судэкспертов. В конце нужно указать стоимость составления Акта экспертизы согласно прейскуранту, с подписью директора сервисной службы и мастера, проводившего экспертизу, и печатью. Акт составляется в трех экземплярах: один отдается клиенту, другой передается в экспертизу вместе с аппаратом, третий с обязательной пометкой клиента «С выводами экспертизы сервисного центра согласен (или не согласен)» и его подписью остается в мастерской;

• затем нужно составить Техническое заключение, где обязательно должна быть указана модель, заводской номер аппарата, дата обращения, полное имя клиента, неисправность с его слов;

• следует потребовать от клиента составить письменную Претензию за его подписью с указанием полного имени, домашнего адреса и даты написания. Этот документ необходим, чтобы клиент в дальнейшем не отказался от своих слов. Работнику мастерской следует сделать пометку: «С претензией ознакомлен» и расписаться. По ЗПП Вы не можете требовать адрес и другие данные клиента, он обязан лишь предоставить способ (письменно, телефон подруги, соседей и др.) осуществления связи. Говорить ему об этом не надо, а все его координаты у Вас уже есть;

• клиента следует предупредить, что если экспертиза докажет его виновность в неисправности аппарата, то он должен возместить все расходы, и ознакомить под роспись с соответствующими разделами ЗПП (гл. II ст. 18 п. 5) и ПБО (гл. IV п.15): «В случае неявки потребителя за получением результата выполненной работы или иного уклонения потребителя от его приемки исполнитель вправе, письменно предупредив потребителя, по истечении двух месяцев со дня такого предупреждения продать результат работы за разумную цену, а вырученную сумму, за вычетом причитающихся исполнителю платежей, внести в депозит в порядке, предусмотренного ст. 327 ГК РФ.»

Конечно, ничего из этого не выйдет! Вы никогда не сможете доказать, что клиент был поставлен Вами в известность о готовности его аппарата (без этого и не думайте продать аппарат!). Вам будет необходимо для этого прийти в квартиру, которую имеют право Вам не открыть, в присутствии свидетелей проверить документы, которые Вам не обязаны давать, чтобы при свидетелях убедиться, что извещение под роспись вручается именно владельцу. Думаете, все? Не угадали! Клиент окажется армянином, который не читает по-русски, и Вы обязаны ему предоставить нотариально заверенный перевод Акта экспертизы. Телевизор вообще не является его собственностью. Он принадлежит немощной бабушке, которой он по доброте душевной помог донести аппарат, и при этом по вине сотрудников Вашей фирмы документы были ошибочно оформлены на него. По-русски он не читает, а разговоры понимает с трудом. И ведь найдется бабушка, которая болела все это время (вот справочка!), но которая и является настоящей владелицей (вот паспорт на аппарат и кассовый чек!). Конечно, возможны варианты, но идея Вам понятна.

Более правильным основанием для таких действий является отметка в приемной квитанции (заказ-наряде) о том, что Вы обязуетесь до такого-то числа починить, а клиент до такого-то числа обязуется забрать свой аппарат, в противном же случае вступают в силу действия ПБО (гл. IV п. 15). Любой юрист напишет необходимую форму, адаптированную под Ваши условия. Кроме того, установите хорошую плату за хранение аппарата сверх определенного срока.

И все же не следует доводить работу с клиентом до крайностей. В итоге он должен остаться доволен и фирмой-производителем, и сервисным обслуживанием. Если аппарат свежий, имеет товарный вид, его стоимость или стоимость запчастей небольшая, есть смысл согласовать обмен с продавцом. Этим вы сохраните престиж своей фирмы, фирмы-изготовителя и фирмы-продавца. Помните, что одна антиреклама со стороны клиента стоит десяти реклам в газете.

*Авторы выражают благодарность **А. Гнедову** за помощь в подготовке статьи.*